

UNIVERZITA KARLOVA

Filozofická fakulta

Katedra psychologie



BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Bc. Jana Jakerlová

Mentální účetnictví a jeho vliv na ekonomické chování

Mental Accounting and Its Effects on Economic Behaviour

Praha, 2019

Vedoucí práce: PhDr. Eva Höschlová, Ph.D.

Poděkování

Děkuji vedoucí práce PhDr. Evě Höschlové, Ph.D. za cenné rady, připomínky a vstřícný přístup.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne

.....

Jana Jakerlová

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá vlivem mentálního účetnictví na ekonomické chování, a to v souvislosti s vybranými kognitivními styly a osobnostními vlastnostmi. Práce je rozdělena na literárně přehledovou část a část empirickou. V první kapitole literárně přehledové části jsou prezentovány základní poznatky o mentálním účetnictví a jeho souvislostech s dílčími koncepty z oblasti mikroekonomie a psychologie, jako je například prospektová teorie, kategorizace nebo sebekontrola. Následující kapitoly obsahují detailnější popis kognitivních stylů, osobnostních vlastností a jejich vlivu na mentální účetnictví a formují tak teoretický základ pro empirickou část. V té je navržen experimentální výzkum, který by mohl být použit pro vědecké ověření některých z diskutovaných teoretických aspektů prezentovaných v literárně přehledové části.

Klíčová slova

Mentální účetnictví, kognitivní styly, osobnostní vlastnosti

Abstract

Bachelor thesis deals with the influence of the mental accounting on economical behaviour, especially in the context of the covered cognitive styles and personality traits. The thesis is divided into literature review part and empirical part. In the first chapter of the literature review, the key aspects of the mental accounting and its relations to the microeconomic and psychological concepts, such as the prospect theory, categorization or self-control, are presented. Cognitive styles, personality traits and their effect on the mental accounting are discussed in detail in the following sections, forming a theoretical basis for the empirical part. In the latter, we design an experiment which could possibly enable scientific verification of some of the discussed theoretical aspects presented in the literature review part.

Keywords

Mental accounting, cognitive styles, personality traits

Obsah

Úvod	8
Literárně přehledová část	9
1. Mentální účetnictví	9
1.1 Definice a základní principy	9
1.2 Princip kategorizace a druhy mentálních účtů	11
1.3 Mentální účetnictví jako strategie sebekontroly	13
1.4 Přístup k ziskům a ztrátám z pohledu mentálního účetnictví	14
1.5 Individuální rozdíly	17
2. Kognitivní styly	17
2.1 Definice	18
2.2 Dělení kognitivních stylů	19
2.3 Inventář kognitivních stylů (L. P. Martin)	21
2.4 Kulturní a subkulturní rozdíly	23
3. Vliv kognitivních stylů na způsob mentálního účetnictví	24
3.1 Kategorizace	24
3.2 Kognitivní styl a ekonomické chování	25
4. Role osobnostních vlastností	26
4.1 Osobnost a kognitivní styl	26
4.2 Osobnost a ekonomické chování	27
Návrh výzkumného projektu	30
5. Úvod k výzkumnému projektu	30
6. Metody	31
6.1 Výzkumný design	31
6.2 Nástroje	32
6.3 Hypotézy	33
6.4 Výzkumný soubor	34

6.5 Průběh realizace.....	34
7. Analýza dat	35
8. Diskuse	36
Závěr.....	38

Úvod

Mentální účetnictví je problematikou, která stojí na pomezí mikroekonomie a kognitivní psychologie. Na základě přirozené tendence ke kategorizaci vysvětluje způsoby, jakými lidé uvažují o svých financích. Toto téma i přes svou širokou uplatnitelnost v mnoha různých oborech nebylo v psychologii příliš zkoumáno, tím spíše v souvislosti s dalšími psychologickými teoriemi. V rámci bakalářské práce nás zajímá především souvislost mentálního účetnictví s kognitivními styly a osobnostními vlastnostmi, jelikož nám může poskytnout ucelenější pohled na způsob ekonomického uvažování a rozhodování jedinců i domácností.

První kapitola definuje mentální účetnictví, popisuje jeho základní principy a jeho vztah k dalším ekonomickým a psychologickým konceptům.

Druhá kapitola se zabývá problematikou kognitivních stylů, především pak přesnějším vymezením jejich typů. Pokouší se vyjasnit některé nesrovnalosti v jejich chápání napříč různými teoriemi, které vznikly na základě dlouhodobé vědecké snahy o co možná nejpresnější uchopení a definování.

Ve třetí kapitole se řeší již zmiňovaný vztah mezi kognitivním stylem a mentálním účetnictvím. K nalezení pojítka mezi nimi nám poslouží zejména výzkumy týkající se kategorizace a souvislosti kognitivních stylů s ekonomickým chováním v obecnějším smyslu.

Na závěr literárně přehledové části je nastíněno, jakou roli v celé problematice hrají osobnostní vlastnosti.

V empirické části bakalářské práce je navržen výzkum, jehož cílem je zjistit, zda se jedinci s odlišným kognitivním stylem a osobnostními vlastnostmi vzájemně liší v odpovědích na otázky při modelových situacích, které připomínají reálné situace, kdy lidé mentální účetnictví běžně využívají. V první fázi návrhu se jedná o replikační studii klasických výzkumů Tveskyho a Kahnemana (1981), následně se zkoumá, jak odpovědi probandů souvisí s jejich kognitivním stylem a osobnostními vlastnostmi.

V závěru práce se diskutuje nad přínosem celého tématu a jeho možnými úskalími. Zároveň jsou zmíněna některá rizika týkající se návrhu výzkumu.

Použitou literaturou jsou především zahraniční odborné články, jelikož v Česku není toto téma z psychologického hlediska příliš diskutováno. Citace jsou uvedeny dle normy APA (2010).

Literárně přehledová část

1. Mentální účetnictví

Ekonomickou teorii můžeme založit buď na normativních principech, které popisují, jak by se lidé měli chovat, nebo na principech deskriptivních, které jsou založené na tom, co lidé skutečně dělají (Thaler 1980). Normativní pojetí se v ekonomické praxi příliš neosvědčilo, jelikož předpokládá, že se člověk rozhoduje na základě logických, systematických výpočtů. Víme však, že za nejistých podmínek a ve špatně uchopitelných situacích toto pravidlo neplatí.

Nesoulad mezi normativními modely chování a skutečností popsal již Herbert Simon (1957). Podle něj je „kapacita lidské mysli příliš malá pro řešení komplexních problémů, v porovnání s velikostí těchto problémů, jejichž řešení je pro objektivní a racionální chování v reálném světě vyžadováno“. To vede k jakýmsi kognitivním iluzím, kterých se lidé při rozhodovacím procesu dopouštějí. Díky nim se pak chovají nekonzistentně s ekonomickou teorií (Thaler 1980). Mentální účetnictví nabízí více psychologický pohled, který nám do jisté míry umožňuje odkrýt skutečné uvažování jednotlivců a domácností o svých financích.

1.1 Definice a základní principy

Mentální účetnictví je koncept kombinující myšlenky kognitivní psychologie a mikroekonomie. Můžeme ho chápat jako soubor kognitivních operací (jednotlivců i domácností), které zahrnují organizaci, hodnocení a sledování finančních informací (Thaler, 1999). Podle Thalerovy teorie lidé přiřazují svým zdrojům příjmu i způsobu jejich použití určité štítky (podobně jako u klasického finančního účetnictví) a tyto příjmy a výdaje nadále sledují pomocí mentálního systému vedení účtů. Mentální účetnictví nemá žádná přísně definovaná pravidla, o jeho existenci se dozvídáme spíše prostřednictvím pozorování lidského chování, můžeme však odhalit, na jakých základech je tento koncept postaven. Za úplně nejzákladnější charakteristiku se považuje absence zastupitelnosti ekonomických jednotek (Gou et al., 2013), která nám říká, že peníze obsažené v jednom mentálním účtu nejsou dokonale zaměnitelné s penězi v jiném mentálním účtu.

K tomu, abychom pochopili jeho další principy, musíme nejprve prozkoumat prospektovou teorii, kterou navrhli Kahneman a Tversky (1979) jakožto alternativu k do té doby používanému modelu maximalizace užitku. Prospektová teorie je založena na předpokladu, že lidé mají tendenci podceňovat pravděpodobnost výsledků (například

finančních operací) získaných za nejistých podmínek v porovnání s výsledky, které jsou získány s jistotou. Tento efekt přispívá k averzi vůči riziku při jistých ziscích a k vyhledávání rizika při jistých ztrátách. Preference určité volby je závislá také na kontextu, což se projevuje její nekonzistentností v čase při odlišných způsobech prezentace. Prospektová teorie stojí na třech klíčových principech, které podle Thaler (1999) zároveň představují základní prvky mentálního účetnictví.

První z nich je tzv. princip referenčního bodu, který předpokládá, že subjektivní hodnota zisků a ztrát je relativní vzhledem k hodnotě, s níž jedinec výsledky jednotlivých alternativ porovnává (Kahneman & Tversky, 1979). Tento princip si můžeme představit nejlépe v souvislosti s referenční cenou, kterou spotřebitel využívá pro porovnání cen konkrétního zboží. S tím souvisí i subjektivně pociťovaný užitek z transakce. Může se projevovat negativně (cena vyšší, než je očekávání zákazníka, způsobí nedokončení transakce) nebo naopak pozitivně (cena nižší, než je očekávání, způsobí dokončení transakce) (Thaler, 1985). Například pokud jsme zvyklí kupovat si mletou kávu za 250 korun a přijdeme do jiného obchodu, kde ta samá káva stojí 300 korun, budeme ji považovat za příliš drahou, což sníží naši ochotu k nákupu. Užitek z transakce, závislý na referenční ceně daného zboží, je do značné míry manipulován i kontextem; člověk očekává, že v luxusním hotelu zaplatí za limonádu více, než u stánku na koupališti (Thaler, 1999).

Druhý princip nám říká, že v základní matematické funkci zisků a ztrát je patrná postupně klesající citlivost. Například rozdíl mezi čísly 10 a 20 se zdá být větší, než mezi čísly 110 a 120. Tversky a Kahneman (1981) tuto skutečnost ilustrují prostřednictvím následujícího výzkumu. Respondenti byli požádáni, aby si představili, že se nacházejí v obchodě. První skupině byl předložen případ, kdy si chtějí pořídit kalkulačku v hodnotě 15 dolarů. Prodávač je však upozorní, že na jiné pobočce, vzdálené zhruba 20 minut, mají stejnou kalkulačku za 10 dolarů. Druhá skupina byla postavena před stejný problém, avšak místo kalkulačky si účastníci pořizovali bundu, která stála 125 dolarů v první pobočce a 120 ve druhé. Respondenti byli dotazováni, zda by kvůli levnějšímu zboží vážili cestu do jiné pobočky. Lidé pořizující si kalkulačku byli více ochotni absolvovat tuto cestu než lidé pořizující si bundu. Tento princip je založen na psychofyzice, jelikož zde funguje Weber-Fechnerův zákon (Thaler, 1999).

Poslední z principů prospektové teorie předpokládá existenci averze ke ztrátě. Ztráta určité částky člověka negativně zasáhne více, než by ho pozitivně zasáhl zisk stejné hodnoty. Vliv tohoto principu na mentální účetnictví je (podle Thaler) velmi rychle patrný.

Tversky a Kahneman (Tversky & Kahneman 1981; Kahneman & Tversky 1984) pojímali mentální účetnictví přímo jako typ rozhodovacího procesu, ve kterém jedinci vytvářejí psychologické účty obsahující výhody a nevýhody události či možnosti. Tyto výhody a nevýhody následně porovnávají s vlastnostmi referenčních jednotek, aby je mohli ohodnotit jako pozitivní či negativní.

Ačkoliv se může zdát tato definice neúplná, faktem zůstává, že mentální účetnictví velmi významně ovlivňuje volbu spotřebitele. Děje se tak především prostřednictvím jedincova rozhodnutí, do které kategorie danou položku zařadí a jak velkou psychologickou hodnotu pro něj daná položka má (Thaler, 1999).

1.2 Princip kategorizace a druhy mentálních účtů

Kategorizace je člověku přirozená, ať už jde o nejruznější objekty, bytosti, události atp. Vytvořené skupiny znalostních struktur nebo kategorií obsahují informace ohledně vlastností jednotlivých prvků a vztahů mezi nimi. Toto seskupování je do jisté míry plně automatizované, vyskytuje se tedy spontánně, bez většího vědomého úsilí (Rosch et al., 1976).

Mentální účetnictví je založeno právě na principu této kategorizační tendence, která stojí v rozporu s ekonomickým principem zastupitelnosti financí. Zatímco zastupitelnost umožňuje sečíst všechny komponenty bohatství do jednoho jediného čísla, štítkování jednotlivých položek umožňuje jejich přiřazování do kategorií a následné hodnocení v jejich rámci (Thaler, 1985, 1990).

Má se za to, že kategorizace a štítkování financí podléhá u všech lidí podobným pravidlům. Ne té nejobecnější rovině můžeme tvrdit, že člověk své finance štítkuje na třech úrovních (Thaler, 1999). Výdaje seskupuje do rozpočtů (například náklady na bydlení, na auto), své celkové bohatství umísťuje do jednotlivých specifitějších účtů (například penzijní spoření, životní rezerva) a příjem rozděluje do kategorií podle toho, zda je pravidelný nebo neočekávaný.

Nakládání s náhodnými, neočekávanými příjmy, jako je například výhra v loterii nebo dar se liší od nakládání s pravidelnými příjmy, které jsou využívány pro pokrytí životních nákladů (Henderson & Peterson, 1992). Například za zábavu utratí člověk více, pokud obnos získal neočekávaně, v případě obnosu očekávaného pak utrácí zdrženlivěji (Arkes et al., 1994).

Rozdělení příjmu totiž závisí i na zjištěné tendenci lidí považovat finance za „seriózní“ nebo „povrchní“ (O'Curry, 1997). Mezi povrchní se řadí například výhra ze sázky na výsledek sportovního utkání nebo nákup jídla v pouličním stánku, mezi seriózní pak vrátka z daně nebo pronájem bytu. Zajímavé je, že s povrchními příjmy mají lidé tendenci nakládat rovněž povrchně a naopak.

To lze demonstrovat i na několika konkrétních příkladech. Předchozí zisk může stimulovat vyhledávání rizika v rámci stejného účtu (Thaler, 1999), což vysvětluje, proč gambleři dávají své vyhrané peníze stranou od svých „vlastních“. Také dárkovým poukazům lidé snadněji přiřknou nálepku neserióznosti (oproti finanční hotovosti) a utrácí je více za své vlastní potěšení (Helion & Gilovich, 2014); což ovšem může být dáno nejen odlišnou kategorizací, ale také samotnou podstatou dárku.

Na základě výše uvedených výzkumů se může zdát, že pravidelný příjem je automaticky seriózní a neočekávaný povrchní, při bližším pohledu si však snadno uvědomíme, že v některých případech tomu tak být nemusí. Jako příklad může posloužit neočekávaný pracovní bonus nebo pravidelné výhry ze sázek.

Jak již bylo zmíněno, kategorizovány jsou nejen příjmy, ale i výdaje. Výdaje jsou podmíněny množstvím aktiv, kterým spotřebitelé disponují. Shefrin a Thaler (1988) předpokládají, že jednotlivci i domácnosti rozdělují aktiva do tří mentálních účtů, jimiž jsou současný příjem, současné prostředky a budoucí příjem. Mezní sklon ke spotřebě je nejvyšší u mentálního účtu současného příjmu, u budoucího se blíží k nule a u účtu současných prostředků se nachází někde mezi (Thaler, 1990).

Finance se přerozdělují nejen do obecných, všezahrnujících kategorií, ale i do kategorií dílčích, v závislosti na konkrétním ekonomickém chování jedince. Zdroj příjmu do jisté míry určuje, jakým způsobem bude konkrétní obnos využit. Například utrácení za oblečení dítěte je citlivé ke změnám rodičovského příspěvku, přestože může být finanční částka vyrovnána prostřednictvím jiných zdrojů příjmu (Kooreman, 1997).

Určitý finanční obnos se může i přesouvat z jednoho účtu do druhého, ale pouze jednosměrně v závislosti na tom, jak důležité jednotlivé účty jsou. Gou (2013) ve svém výzkumu porovnával tři různé druhy mentálních účtů: na jídlo, na komunikaci a na luxusní zboží. Zjistil, že zatímco peníze určené pro nákup luxusního zboží mohou být využity i pro komunikaci a peníze pro komunikaci mohou být využity na jídlo, opačným směrem to nefunguje. Lze tedy předpokládat určitou hierarchii mentálních účtů, která souvisí s důležitostmi životních potřeb jedince.

Vliv kategorizace na proces rozhodování úzce souvisí s teorií utopených / ztracených nákladů. Tato teorie je dobře představitelná na příkladu, kdy jsou lidé v rámci výzkumu dotazováni, zda by si koupili lístek do divadla v případě, že: a) po cestě by ztratili hotovost v hodnotě lístku; b) v divadle by zjistili, že ztratili již zakoupený lístek. Zatímco v prvním případě by si nový lístek koupilo 88 % lidí, ve druhém pouze 46 % (Tversky & Kahneman, 1981). Rozdíl je dán právě přiřazováním finančních částek do jednotlivých mentálních účtů. Ve druhém případě má totiž člověk pocit, že by za divadelní hru zaplatil dvakrát větší částku než obvykle, což již většina lidí nepokládá za přijatelné. V prvním případě je ztracená hotovost brána za „jiné peníze“ než lístek do divadla, přestože výsledný zisk v poměru k nákladům není rozdílný. Utopené náklady jsou tedy spojovány se současným rozhodováním v rámci stejného účtu (Thaler, 1999).

Kategorizace a štítkování financí slouží především ke dvěma účelům. Za prvé, tvorba rozpočtu může usnadnit racionální kompromis mezi různými možnostmi využití prostředků. Za druhé, systém kategorizace může sloužit jako efektivní nástroj sebekontroly.

1.3 Mentální účetnictví jako strategie sebekontroly

Sebekontrolou rozumíme takové situace, kdy je jedinec objektem vlastní akce a pokouší se modifikovat své vlastní chování (Bricheín, 1999). Proto můžeme mentální účetnictví považovat za efektivní strategii sebekontroly, díky které člověk dokáže nakládat se svými financemi tak, aby si zajistil trvale udržitelný a co možná nejvíce vyhovující životní standard. Zohlednění budoucího stavu při tomto procesu může vysvětlit výše zmíněnou skutečnost, proč je náchylnost jedinců ke spotřebě nejvyšší z mentálního účtu aktuálního příjmu a nejnižší z příjmu budoucího, přičemž účet současných prostředků se nachází přibližně uprostřed (Shefrin & Thaler, 1988). Jinými slovy, zatímco lidé rutinně utrácení z účtu současných prostředků, účet obsahující současný majetek již není tak lákavý. Prakticky nedotknutelný je pak účet budoucích příjmů. Tendence k nákupu je tedy vyšší, pokud jsou používány peníze ze současného příjmu, než ze současných prostředků (Karlsson, Gärling & Selart, 1997).

Jedinci čelí problémům se sebekontrolou hlavně v regulaci jídla, pití, kouření a konzumace v obecném smyslu (Thaler & Shefrin, 1981). Mentální účetnictví může být pojímáno jako součást řešení tohoto problému, jelikož sebekontrola zahrnuje snahu člověka odolat dočasným nebo krátkodobým preferencím ve prospěch preferencí dlouhodobějších.

Sebekontrolní strategie tak pomáhá regulovat jak negativní investice (například kouření), tak i investice pozitivní (například spořicí účet).

Starší ekonomická teorie životního cyklu předpokládá, že lidé jsou schopni definovat si optimální plán spotřeby a řídit se podle jeho pravidel. V této teorii se však s obtížnou sebekontrolou nepočítá. Pokud současné preference neodpovídají dlouhodobějšímu plánu jedince, nastává konflikt, který musí být řešen (Thaler, 1980). Běžný člověk obvykle podniká koky, které mu pomohou korigovat své budoucí chování. Toho může docílit buď legislativním zákrokem (důchodovým spořením či nakoupením životní pojistky) nebo si může osvojit vlastní systém kontroly: Například si může udržovat stálou rezervu v hodnotě dvou výplat, zakázat si půjčování financí na spotřební zboží apod. (Thaler, 1990).

Hoch a Loewenstein (1991) navrhli rozdělení konceptu sebekontroly do dvou strategií. První strategie má za úkol snižovat touhu, druhá je založená na vůli a touhu obchází. Mentální účetnictví ale může sloužit jako sebekontrolní strategie v obecnějším smyslu, jelikož není v přímém vztahu ke specifické situaci nebo objektu. Jednou z nejrychlejších a nejefektivnějších strategií sebekontroly je přiřazení zdrojů k účtům, které jsou mimo dosah. To si můžeme představit jako házení mincí do keramického prasátka nebo jako založení si spořicího účtu. Na tomto principu byly založeny také takzvané „Vánoční kluby“, které popsali jako příklad sebekontrolního mechanismu Shefrin a Thaler (1981). Účastníci těchto klubů posílali každý týden určitý finanční obnos na účet, ke kterému neměli přístup až do prvního prosince. Z hlediska racionálního ekonomického uvažování je placená účast v těchto klubech naprosto nesmyslná a nevýhodná, avšak z pohledu snižování aktuálních tužeb ve prospěch těch budoucích je velmi efektivní službou, která lidem umožňuje více méně bezbolestné ušetření podstatného finančního obnosu na vánoční dárky.

1.4 Přístup k ziskům a ztrátám z pohledu mentálního účetnictví

Způsob, jakým lidé přemýšlejí o svých ziscích a ztrátách je do velké míry závislý na jejich kategorizování a souvisejícím kognitivním zpracování. To v sobě obsahuje jak určitou míru racionálního uvažování, tak i významný podíl heuristik, které ono racionální uvažování mnohdy ztěžují či jsou k němu v přímém protikladu. V rámci bakalářské práce nemáme prostor důkladně prozkoumat celé spektrum vlivů, které na lidské uvažování v této souvislosti působí. Pokusíme se však nastínit alespoň základní vztah mezi mentálním účetnictvím a přístupem jedince ke svým ziskům a ztrátám, v souvislosti s vybranými aspekty ekonomické teorie.

Mentální účetnictví dokáže do jisté míry predikovat mezní sklon ke spotřebě při neočekávaných ziscích, v závislosti na jejich velikosti. Malé zisky (v porovnání s příjmem) jsou obvykle kódovány v rámci mentálního účtu současného příjmu a utraceny. Oproti tomu větší zisky, například ty v rámci stávajícího kapitálu, se přesunou do mentálního účtu aktiv, kde je mezní sklon ke spotřebě nižší. To do jisté míry vysvětluje, proč lidé ušetří více peněz, pokud dostanou větší částku nárazově (například prostřednictvím mimořádných zaměstnaneckých odměn), než když mají adekvátně vyšší plat po celý rok: Jejich mezní sklon ke spotřebě je celkově nižší (Thaler, 1990).

V kategorizaci zisků a ztrát hraje roli také tzv. „hédonické rámování“. Thaler (1999) předpokládá, že lidé vytvářejí takové kombinace možností a událostí, které je mohou učinit co možná nejšťastnějšími. Jinými slovy, kategorizují a hodnotí výsledky tak, aby se maximalizoval subjektivně pociťovaný užitek, a to následujícím způsobem.

1. Zisky jsou obvykle segregovány do rozdílných mentálních účtů. Člověk je raději, pokud může vnímat své zdroje příjmu jako různorodé a počítat s nimi jednotlivě.
2. Ztráty se integrují do jednoho celkového mentálního účtu. Proto jsou u lidí oblíbené například neomezené telefonní tarify či nejrůznější permanentky, které si pořizují i v případech, kdy je zcela nevyužijí. Malé výdaje (například kancelářské potřeby nebo káva) navíc nebývají vůbec zaznamenávány. Tento princip je bohatě využíván v marketingu, jelikož vysvětluje, proč jsou lidé raději, pokud je poplatek za extra službu zahrnut do celkové ceny zboží (Antonides & Ranyard, 2017).
3. Menší ztráty jsou integrovány do větších zisků, takže se spíše předejde averzi ke ztrátě. Podle Thalera (1999) člověk tuto kombinaci využívá všude, kde je to jen možné.
4. Malé zisky jsou segregovány od větších ztrát.

U tohoto rozdělení je důležité je podotknout, že náklady spojené s pořizováním zboží či služeb nejsou vnímány jako ztráty (Kahneman & Tversky, 1984; Thaler, 1985).

Zajímavý je také koncept oddálení zisků a ztrát v oblasti spotřebitelského chování. K tomu, abychom pochopili vliv oddálení zisků a ztrát na rozhodovací proces založený na mentálním účetnictví, musíme nejdříve prozkoumat manipulaci s jednotlivými účty. Obdobně jako u klasického účetnictví, také u toho mentálního hodnotíme jednotlivé účty jako „otevřené“ nebo „zavřené“, podle toho, zda chceme manipulovat s financemi, které obsahují. Otvírání účtů závisí na načasování (Thaler, 1999). Například pokud člověk zaplatí 500 korun za lístek do divadla a posléze se hry zúčastní, daný účet se uzavře nulový. Pokud

ale onemocní a do divadla nepůjde, účet se uzavře se ztrátou 500 korun. Zde pak zafunguje averze ke ztrátě, která někdy nabádá k ignorování nepříznivých okolností (nemoc). Člověk se pak může uchýlit k jednání, které je z hlediska ekonomie iracionální, například nasedne do auta i přesto, že má teplotu, a odjede do divadla. Cena zahrnující nebezpečnou jízdu autem a fyzické utrpení totiž není monetární, a proto ji jedinec nezahrne do celkové analýzy užitku. Navíc je, společně s náklady za projetý benzín, v jiném mentálním účtu (Heath, Chatterjee & France, 1995). Tento příklad v sobě zahrnuje také tendenci ignorovat utopené náklady, která je zmíněna výše v kapitole o kategorizaci.

Zajímavé je, že lidé obvykle snižují relevanci výdajů v průběhu času. Gourville a Soman (1998) ve svém výzkumu zkoumali chování členů tzv. Klubu zdraví. Členský příspěvek do tohoto klubu se platil dvakrát ročně, schůzky klubu pak byly pro členy zdarma. Jak autoři předpokládali, lidé chodili na schůzky nejvíce právě v období platby, během následujících pěti měsíců jejich účast postupně klesala, a poté skokově vyskočila při obdržení další faktury. Pro tento efekt autoři vytvořili pojem „znehodnocení platby“, který říká, že čím dříve proběhla daná platba, tím spíše ji jedinec nezahrne v rámci svého aktuálního rozhodování.

Ignorování utopených nákladů v průběhu času závisí i na jejich výši. Arkes a Blumer (1985) monitorovali, jak často chodí lidé do divadla v závislosti na výši svého předplatného. Ti, kteří zaplatili plnou cenu, chodili během první sezóny častěji než druhá skupina, která dostala na předplatné slevu. Druhou sezónu se však účast obou skupin vyrovnala, což rovněž poukazuje na tendenci přestat zahrnovat výši platby do rozhodovacího procesu v průběhu času.

Nedávné výzkumy tuto problematiku dále rozšiřují. Například ve výzkumu DellaVigna a Malmendiera (2006) byli porovnáváni lidé, kteří navštěvují posilovnu na základě měsíčního versus ročního poplatku. Bylo zjištěno, že obě skupiny velmi často přecenily četnost svých budoucích návštěv a pořizovaly si zbytečně drahé permanentky, které plně nevyužily. Návštěvy se ale odvíjely i od typu předplatného. Lidé s měsíčním předplatným chodili cvičit během jednoho roku o 17 % častěji než lidé s ročním předplatným.

Oddálení ztrát způsobí, že lidé častěji utrácí i za věci, které by si nepořizovali, pokud by za ně měli okamžitě zaplatit. Na tomto principu fungují například kreditní karty, které platbu oddálí až o několik týdnů a tím ji od nákupu pomyslně oddělí. Navíc zde funguje již zmíněná integrace ztrát, která sníží pocíťovanou bolest ze ztráty (Thaler, 1999). Prelec a Loewenstein (1998) však podotýkají, že spotřebitelé raději platí zboží dopředu než zpětně.

1.5 Individuální rozdíly

Někteří lidé se rozhodují v souladu s ekonomickými principy, zatímco jiní nikoliv. To může být způsobeno odlišností v kategorizačním procesu i kontextem (Henderson & Peterson, 1992). Při specifikování kontextu se totiž může vztah mezi jednotlivým subjektem a kategorií změnit (Barsalou, 1982). Například pokud se v příkladu s lístkem do divadla uvedeném v rámci teorie utopených nákladů (str. 13) pozmění kontext („Přátelé divadelní hru velmi doporučují a těšíte se na ni již několik týdnů“), odpovědi respondentů se změní ve prospěch koupě lístku (Peterson et al., 1986).

Individuální rozdíly ve způsobu mentálního účetnictví souvisí i s odlišným způsobem tvorby rozpočtu, který můžeme spatřit mezi domácnostmi. Čím užší rozpočet si rodina může dovolit, tím explicitněji vyjadřuje pravidla jeho tvorby (podobně jako u organizací). Rodiny, které se vyskytují na hranici chudoby, používají striktní a jasně definované rozpočty, které platí pro kratší dobu, například jen na týden nebo na měsíc. Oproti tomu bohaté rodiny nejsou svým rozpočtem tolik zavázány a mohou si tedy dovolit flexibilnější nakládání se zdroji. (Thaler, 1999).

Pravidla kategorizování a využívání finančních zdrojů v závislosti na ekonomické situaci zkoumali i Heath a Soll (1996). Zjistili, že rozpočet jejich MBA studentů na jídlo a zábavu je stanoven pouze na týden a rozpočet na oblečení na měsíc. Po absolvování školy a začlenění se do ekonomicky aktivního života pak tito studenti své přísné návyky týkající se rozpočtu opustili.

2. Kognitivní styly

Kognitivní styly byly zkoumány nejvíce v období zhruba od roku 1950 do 1970 (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014). V poslední době dávají výzkumníci přednost specifitějším tématům, jako jsou například percepční schopnosti a dispozice, vzorce učení apod., které rovněž nastiňují rozmanitost způsobů vnímání a interpretování informací. Jelikož jsou však kognitivní styly velmi dobře uplatnitelné v mnoha různých oborech (například v pedagogice, ekonomii, managementu aj.), můžeme se setkat s nejrůznějšími přístupy v závislosti na potřebách daného oboru.

2.1 Definice

Koncept kognitivních stylů vznikl, aby bylo možné popsat individuální odlišnosti v oblasti kognice, které jsou formovány na základě požadavků prostředí a životních zkušeností. (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014).

Pojem „kognitivní styl“ poprvé použil Allport (1937). Označil jím typický (obvyklý) režim řešení problémů, myšlení, vnímání a zapamatování. Od té doby vzniklo mnoho dalších definic, které mohou být ve vzájemném sémantickém i obsahovém nesouladu.

První z možných rozporů je problematika stability vs. dynamiky kognitivních stylů. Většina definic považuje kognitivní styly za *stálou* individuální charakteristiku zpracování informací (Hayes & Allinson, 1944). Například Messick (1976) definoval kognitivní styly jako stabilní přístupy, preference nebo habituační strategie, které determinují jedincovy způsoby percepce, paměti, myšlení a řešení problémů. Obdobně Kagan a Moss (1963) definují kognitivní styl jako stabilní preferenci způsobu vnímání, organizace a pojmové kategorizace vnějšího prostředí.

Mnoho autorů však poukazuje také na existenci dynamické roviny kognitivních stylů, a to zejména v souvislosti s proměnlivým prostředím a diverzitou různých situací. Například Streufert a Nogami (1989) předpokládají, že někteří jedinci jednotlivé styly a jejich aspekty kombinují v závislosti na úkolu, situaci a prostředí, což jim poskytuje ten nejvhodnější dočasný rámec pro vnímání, kognitivní zpracování a výkon.

Z problematiky stabilního versus dynamického pojetí kognitivních stylů se buď vykrytalizovaly teorie rozlišující kognitivní styl od kognitivní strategie (Messick et al., 1976; Kogan, 1980; Robertson, 1985), přičemž kognitivní styl je stálou charakteristikou, nebo se připustila existence takových kognitivních stylů, které umožňují různé přístupy kombinovat, jako je tomu například v inventáři kognitivních stylů od L. P. Martin (1998), který je podrobně popsán níže.

Autoři se někdy neshodují ani v myšlence, zda je kognitivní styl totožný se stylem učení či nikoliv. Například Entwistle (1981) oba termíny používal jako zaměnitelné, zatímco Das (1988) je definoval jakožto samostatné koncepty (Riding & Cheema, 1991). Také Witkin, Moore, Goodenough a Cox (1977) obsáhli do konceptu kognitivních stylů téma učení, když je definovali jako „individuální odlišnosti ve způsobu lidského vnímání, myšlení, řešení problémů, učení a vztahování se k druhým“. Dále tvrdí, že kognitivní styly se týkají především formy dané aktivity, nikoliv jejího obsahu.

Ve výše uvedených definicích je patrné zohlednění vnějšího prostředí, které má na tvorbu daného stylu v průběhu času nezanedbatelný vliv. Kognitivní styl může být považován za vzorce adaptace na vnější svět, které se formovaly v kombinaci vnitřních predispozic a interakcí v rámci měnícího se prostředí (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014).

Zde kognitivní styl chápeme především jako individuální způsob práce s informacemi, který silně zasahuje do procesu vnímání, myšlení, hodnocení a rozhodování a je do jisté míry závislý na vnějším měnícím se prostředí, které ho pomáhá jak formovat, tak upevňovat.

2.2 Dělení kognitivních stylů

Přestože je zřejmé, že existují rozdíly v tom, jak lidé přirozeně zpracovávají informace, není jednoduché tyto rozdíly charakterizovat či určit jejich důležitost. Proto vzniklo velké množství různých dělení, které se navzájem doplňují, rozšiřují či zcela překrývají.

Většina dosud popsaných kognitivních stylů může být rozdělena do dvou základních skupin. První skupina se vyznačuje vyšší kreativitou a kognitivní komplexností, druhá pak nižší komplexností a větším následováním pravidel (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014). Podle vlivu na chování a výkon jedince a vzájemným vztahům je pak můžeme rozdělit do dvou konkrétních dimenzí: Holistické vs. analytické a verbální vs. obrazné (Riding & Cheema, 1991).

I jiní autoři se snaží o shrnutí velkého množství zjištěných stylů do jednoduššího modelu. Gregorc (1982) rozděluje kognitivní styly na konkrétní vs. abstraktní a sekvenční vs. náhodné. Kolb (1984) navrhuje rozdělení podle toho, zda jedinci preferují konkrétní zkušenost vs. abstraktní konceptualizaci a zda zkoumají svět na základě reflektivní observace vs. aktivním experimentováním.

Miller (1987) navrhl hierarchický model kognitivních stylů, který je tvořen dvěma dimenzemi. Horizontální dimenze určuje kontinuum mezi analytickým a holistickým stylem a vertikální dimenze se skládá z různých stavů kognitivního zpracování, jako je například vnímání, paměť a myšlení.

Agor (1984; 1989) definoval tři širší typy kognitivních stylů v prostředí managementu, které určují způsob řešení problémů a procesu rozhodování: intuitivní, analytický a integrovaný. Také upozornil, že způsob rozhodování nezávisí pouze na individuálních charakteristikách, ale také na interpersonální komunikaci a chování skupiny, do níž jedinec přísluší.

Z výše uvedených rozdělení je patrné, že se zde zdůrazňuje určitá míra analytického, systematického přístupu a opačného přístupu, který je založený na celostním, spíše intuitivním zpracování. Je třeba zmínit, že analytický styl se v definicích zaměřuje se systematickostí a intuitivní styl bývá také nazýván holistickým. Jelikož jsme nespátřili zásadní rozdíly mezi jednotlivými pojmy, pro zjednodušení budeme analytický styl ztotožňovat se systematickým a intuitivní styl s holistickým. Konkrétní výraz vždy zvolíme tak, aby odpovídal konceptu daného autora, na kterého se odkazuje.

V rámci bakalářské práce se tedy nejvíce zaměříme na analytický (systematický) a holistický (intuitivní styl), jelikož je zde nejvíce patrný vliv na kategorizaci a ekonomické chování, a tedy i na koncept mentálního účetnictví.

Analytický vs. holistický kognitivní styl

Analytický způsob myšlení je založen na schopnosti oddělit objekt od jeho kontextu a soustředit se na jeho jednotlivé atributy, které jsou následně přiřazovány do kategorií. Specifika těchto kategorií jsou pak používána k vysvětlení a predikci chování daného objektu (Nisbett et al., 2001). Tento způsob myšlení nahraňuje používání spíše formálních strategií uvažování, které následují logickou strukturu a pravidla (Norenzayan et al., 2002).

Analytický styl se tedy vyznačuje zaměřením na detail a rozdělováním celku na jednotlivé části. Přístup ke sběru informací je receptivní, citlivý na data. Informace jsou hodnoceny systematicky, vodítka využívaná k rozhodování jsou strukturovaná. Analytický jedinec posuzuje kvalitu řešení na základě zvolené metody. (Hunt, Davidson & Lansman, 1981).

V oblasti businessu a managementu bývá analytický kognitivní styl popisován jako racionální, konvergentní, diferencovaný, sekvenční, reflektivní a deduktivní (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014).

Holistický kognitivní styl se vyznačuje orientací na kontext a na vztahy mezi jednotlivými objekty a kontextem. Vysvětlování a predikce chování daných objektů se realizuje právě pomocí těchto vztahů. Způsob poznávání je oproti analytickému stylu založený na zkušenosti a spíše hledá střední cestu mezi jednotlivými možnostmi (Nisbett et al., 2001). Rozhodování je založené více na intuici než na formálních logických operacích (Norenzayan et al., 2002).

Jinými slovy, tento intuitivní styl je zaměřený především na celek, do kterého se jednotlivé části integrují. Získaná data jsou filtrována, rozhodování a řešení problémů je často založeno na metodě pokus-omyl. Intuitivní jedinec posuzuje kvalitu řešení ne na

základě zvolené metody, ale na základě toho, jestli k problému „pasuje“ (Hunt, Davidson & Lansman, 1981).

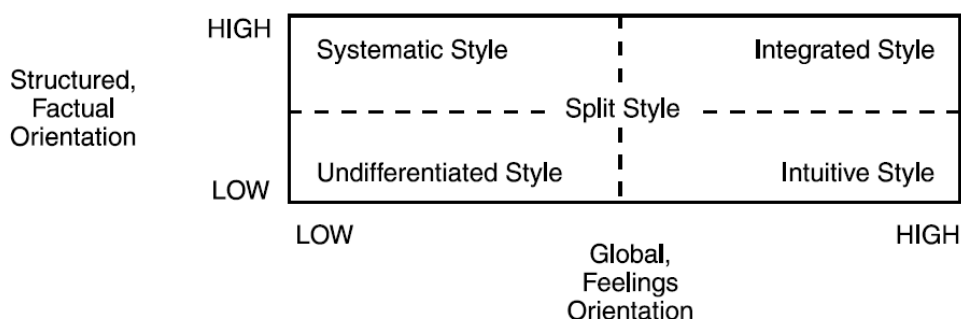
Při testu EFT (Embedded Figure Test) mají holisticky myslící jedinci kvůli širšímu vnímání souvislostí větší problémy izolovat jednotlivosti od celku (Monga & John, 2007), avšak mezi objekty vidí mnohem více souvislostí (Ji, Peng & Nisbett, 2000). Spíše se také zaměřují na situaci, než na daný objekt (Choi, Nisbett & Noranzayan, 1999).

V oblasti businessu a managementu je intuitivní kognitivní styl obvykle popisován jako divergentní, globální, impulzivní, induktivní a kreativní. (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014). Je také zajímavé, že intuitivní jedinci více riskují při sázení (Behling, Gifford a Tolliver, 1980).

2.3 Inventář kognitivních stylů (L. P. Martin)

Stejně jako existuje mnoho teorií o kognitivních stylech, nabízí se i velké množství metod sloužících k jejich zjišťování. Pro účely této práce byl vybrán inventář kognitivních stylů (The Cognitive-Style Inventory) od L. P. Martin (1998), který zjišťuje a interpretuje kognitivní styly takovým způsobem, který je jasný, výstižný, a přitom zachovává vysokou komplexnost tématu.

Podle tohoto inventáře můžeme definovat pět kognitivních stylů založených na vyobrazeném modelu (obr. 1). Model je tvořen ze dvou kontinuálních škál. Jedna z nich představuje strukturovanou orientaci zaměřenou především na data, druhá pak orientaci globální, zaměřenou na pocity. Pomocí jejich kombinace můžeme rozlišit 5 typů, které budou blíže rozvedeny v následujícím textu.



Obr. 1: Model kognitivních stylů podle L. P. Martin (1998)

Systematický styl

Systematický styl vykazuje jedinec, který dosahuje vysokých skóre v systematičnosti a nízkých v intuitivnosti. Při řešení problémů se opírá o dobře definované kroky, které sleduje lineárně. Zpravidla hledá takovou metodu nebo algoritmický postup, aby mohl pro daný problém vytvořit jednotný plán (L.P. Martin, 1998). Předpokládá se, že systematický styl v jungiánské typologii pozitivně koreluje s více diferencovanou funkcí myšlení a vnímání, a naopak intuitivní se vyznačuje diferencovanější funkcí citění a intuice (Hunt, Davidson & Lansman, 1981), avšak tato myšlenka je velmi snadno napadnutelná především kvůli nesouladu definic jednotlivých konceptů.

Intuitivní styl

Tento styl je charakteristický pro jedince, který dosahuje vysokých skóre v intuitivnosti a nízkých v systematičnosti. Při řešení problémů obvykle používá nepředvídatelné řazení analytických kroků, spoléhá se na neverbalizované podněty či předtuchy a různé alternativy objevuje tak rychle, jako je opouští (L.P. Martin, 1998). Ačkoliv tento styl na první pohled může působit chaoticky, často ho využívají zkušení manažeři, jelikož potřebují být rychlí ve svém jednání a rozhodování (Leybourne & Sadler-Smith, 2006).

Integrovaný styl

Jedinec s integrovaným stylem skóruje vysoko v obou škálách. Je schopen flexibilně měnit styl v závislosti na situaci, a to prakticky okamžitě. Vykazuje vyšší míru proaktivity, dobře identifikuje problémy i příležitosti (L.P. Martin, 1998). Tento styl je obzvláště výhodný v managementu, jelikož umožňuje rychlé zvolení způsobu, který nejlépe odpovídá typu řešeného problému a situaci (Armstrong & Cools, 2009).

Nediferencovaný styl

U tohoto kognitivního stylu je skóre na obou škálách nízké. Jedinec mezi dvěma extrémy nerozlišuje. Obvykle se spoléhá na instrukce z vnějších zdrojů. Má tendenci k pasivitě a při řešení problémů se obrací k ostatním lidem a jedná podle jejich doporučení či příkazů (L.P. Martin, 1998).

Rozpolcený styl

Rozpolcený styl se v tomto modelu nachází přesně uprostřed. Jedinec dosahuje průměrných skóre na systematické i intuitivní škále. Tento kognitivní styl se na první pohled od integrovaného liší pouze intenzitou. Nevyznačuje se však tak výraznou flexibilitou, spíše se jedná o používání jednoho či druhého stylu v odlišných situacích a v závislosti na typu úkolu, případně na pracovní skupině. Volba strategie je navíc oproti integrovanému stylu vědomá. Někteří jedinci s tímto stylem mohou odlišné způsoby přemýšlení volit záměrně, a to v zájmu vlastního rozvoje. Ve stresových situacích obvykle převládá buď systematickost nebo intuice (L.P. Martin, 1998). Popsání integrovaného, nediferencovaného a rozpolceného stylu do jisté míry řeší problematiku dynamiky kognitivních stylů tak, jak je popsána výše.

2.4 Kulturní a subkulturní rozdíly

Masuda a Nisbett (2001) poukázali na souvislost kognitivního stylu s kulturním zázemím jedince. Ve svém výzkumu zaměřeném na vnímání jednoduchých obrázků porovnávali americkou a japonskou populaci. Zjistili, že Američané vykazují spíše styl analytický (zaměřovali se spíše na jednotlivé objekty), zatímco Japonci přemýšlejí více holisticky, což se projevovalo častějším vnímáním pozadí a vztahů mezi objekty. Tento rozdíl je zřejmě způsobený odlišným způsobem socializace, který vede jedince buď k většímu individualismu (v případě západních civilizací) nebo k většímu kolektivismu (v případě východních civilizací), přičemž kolektivistické kultury kladou větší důraz na vztahy mezi lidmi a na potřebu širšího sociálního prostředí. Tuto myšlenku podporuje zjištěná skutečnost, že pokud se u probandů pomocí primingu aktivuje smýšlení individualistické nebo kolektivistické, rovněž se aktivuje asociovaný kognitivní styl analytický nebo holistický (Monga & John, 2007).

Je důležité podotknout, že globalizace (především v businessu a vzdělávání) efekt kultury na formování kognitivního stylu zastiňuje (Armstrong, Cools a Sadler-Smith, 2012). Člověk má totiž seberegulační tendenci k využívání buď analytického nebo intuitivního přístupu v závislosti na situaci (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014) a díky globalizaci se dostává k širšímu spektru nejrůznějších situačních faktorů.

Ukazuje se, že kognitivní styl souvisí nejen s kulturou, ale i se subkulturou podmíněnou především vzděláním a profesní specializací. Například bylo zjištěno, že vědci jsou více nezávislí na poli než umělci a výtvarní umělci mají častěji intuitivní styl, ale na poli být závislí nemusí (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014). Miller (2000) navíc popsal,

že vědci mohou k podobnému výsledku přijít jak analytickými, tak i intuitivními metodami, což ukazuje, že jsou oba typy smýšlení stejně hodnotné.

3. Vliv kognitivních stylů na způsob mentálního účetnictví

V minulosti již některé výzkumy naznačily souvislost mezi způsobem uvažování jedince a jeho individuálním způsobem tvoření a využívání mentálních účtů (Hossain, 2018). Odlišný způsob mentálního účetnictví může být vysvětlen především orientací na pravidla u analytických jedinců či na vztahy u jedinců holistických. Kognitivní styly a mentální účty mají jedno důležité společné téma, a to kategorizaci.

3.1 Kategorizace

Individuální způsob kognitivního zpracování informací nutně předpokládá individuální systém kategorizace mentálních účtů a způsob nakládání s financemi v jejich rámci.

Jak již bylo zmíněno, lidé vyznačující se analytickým myšlením vytvářejí jedinečné kategorie a hodnotí je na základě jejich specifických znaků. Oproti tomu jedinci s holistickým myšlením posuzují spíše vztah mezi jednotlivými kategoriemi a událostmi a v kategorizaci jsou flexibilnější. Není překvapením, že analytičtí jedinci budou díky větší zálibě v kategorizování (Nisbett et al., 2001) náchylnější k efektu mentálního štítkování než holisticky uvažující.

Mentální účetnictví je tedy u analytických jedinců méně flexibilní a spoléhá se na přesnější definice jednotlivých kategorií. Při finančních operacích člověk častěji zůstává v konkrétních mentálních účtech; například pokud reklamuje elektronické zboží a dostane zpět peníze, pravděpodobně je utratí opět za elektroniku. Jedinci, kteří uvažují více holisticky, vidí mezi jednotlivými kategoriemi silnější pojítka, a tak jim nedělá problémy přesouvat se mezi nimi svobodněji, případně slučovat jednotlivé kategorie do větších celků či upravovat štítky konkrétních produktů dle potřeby. (Hossain, 2018).

Tento rozdíl ve flexibilitě bude zřejmě způsoben tím, že analyticky uvažující jedinci hodnotí jednotlivé finanční informace na základě pevně stanovených pravidel a do jasně definované struktury svých mentálních účtů. Holisticky uvažující jedinci tuto zvýšenou citlivost vůči přesnému přiřazování a štítkování jednotlivých položek nevykazují. Efekt je navíc moderován konkrétním produktem, o kterém se uvažuje.

Rozdíl se zvyšuje, pokud se jedná o zboží utilizační, a snižuje se v případě zboží hédonického (Hossain, 2018). Důvodem je zřejmě skutečnost, že hédonické zboží je spojeno s pozitivními emocemi souvisejícími se zkušeností konzumování. Jeho hodnocení je založeno především na intuici, a to prostřednictvím jednoduché škály typu líbí – nelíbí. Oproti tomu utilizační zboží (tedy zboží praktické, jehož pořizování je spíše nutností než zábavou) je posuzováno intelektově, na základě velikosti předpokládaného přínosu (Khan, Dhar & Wertenbroch, 2005). Při vybírání utilizačního zboží se více projevují racionální postoje, v případě hédonického postoje emoční (Kronrod, Grinstein, & Wathieu, 2012). U jedinců s analytickým myšlením, kteří uplatňují racionální myšlení častěji, se tedy projevuje efekt štítkování a snížená flexibilita mentálního účetnictví více v případě utilizačního zboží.

3.2 Kognitivní styl a ekonomické chování

Jelikož je mentální účetnictví jak tématem kognitivní psychologie, tak i ekonomie, stručně popíšeme, kde můžeme nalézt souvislost kognitivních stylů s ekonomickým chováním. Je zřejmé, že způsob zpracování informací, jejich hodnocení a rozhodovací proces má na ekonomickou aktivitu jedince významný vliv.

Způsob kognice přispívá k posuzování příležitostí, zvažování jejich hodnoty, rizik a potenciálu (Mitchell et al., 2002). Proto má nezanedbatelný vliv na podnikatelské chování. Podnikatelé obvykle mívají spíše intuitivní kognitivní styl, jelikož jim častější používání heuristik umožňuje rychlé rozhodování a snižuje vnímání rizik, což je při prosazování nových nápadů výhodné (Barbosa, Gerhardt & Kickul, 2007). Právě kognice je důvodem, proč určité situace vnímáme jako rizikové či nikoliv. Zdrojem nejistoty nejsou situace jako takové, ale způsob, jakým na ně nazíráme (Hogarth, 1987). Intuitivní kognitivní styl je tedy výhodný při iniciování nových aktivit, zatímco analytický pomáhá udržovat nápad v pozdějších stádiích implementace (Krueger a Kickul, 2006).

Kognitivní styl má vliv na celý proces nákupu, jelikož je (ať už v online nebo tradiční podobě) především procesem učení se, během kterého spotřebitelé zkoumají charakteristiky produktu, různé alternativy a následně se rozhodují o jeho koupi. Jedinci se systematickým kognitivním stylem sbírají více informací o produktu či službě a na celý proces nákupu se obecně více soustředí (Vinitzky, Mazursky, 2011). Holističtí jedinci mají, v porovnání s analytickými, silnější tendenci vnímat cenu zboží jako jeden z ukazatelů kvality (Lalwani & Shavitt, 2013).

Kognitivní styl souvisí s posuzováním jednotlivých produktů a jejich potenciálu. Například při rozšiřování produktového portfolia značky mají analytičtí jedinci tendenci posuzovat nově uvedené produkty podle specifických atributů, které mají společné se značkou jako takovou a s ostatními jejími produkty. Pokud nejsou značce na základě těchto atributů dostatečně podobné, hodnotí nové produkty jako špatně zapadající do celku. Holističtí jedinci oproti tomu vidí více souvislostí a vztahů mezi jednotlivými produkty a značkou a mohou je i při absenci navzájem si podobných atributů hodnotit jako dobře zapadající, jelikož se zaměří také na jiná vodítka, jako je například komplementarita, situace či emoce asociované se značkou. Díky těmto dalším vodítkům navíc nereagují na negativní publicitu značky tak výrazně, jako analytičtí jedinci. (Monga & John, 2007.)

4. Role osobnostních vlastností

4.1 Osobnost a kognitivní styl

Kognitivní styl se formuje na základě interakce jedince s prostředím, a proto není nijak překvapivé, že koreluje s určitými individuálními predispozicemi, jako například s kognitivními schopnostmi a osobnostními vlastnostmi (Kozhevnikov, Evans & Kosslyn, 2014).

Někteří autoři předkládají myšlenku, že kognitivní styly by se měly posuzovat jako součást osobnosti, a ne jako samostatný koncept. Například Federman (1964) tvrdí, že kognitivní styly nejsou determinovány ani tak percepčním procesem, jako stabilními osobnostními vlastnostmi. Je však pravdou, že kognitivní styly odrážejí jak mentální, tak i osobnostní aspekty chování (Volkova & Rusalov, 2016) a nelze je tedy posuzovat pouze v rámci jednoho či druhého tématu. Tuto myšlenku předkládá i Sternberg (2010), jelikož kognitivní styly rovnou považuje za jakýsi můstek mezi studiem kognice a studiem osobnosti.

Je obtížné najít způsob, jakým kognitivní styly s osobností souvisí a jak se navzájem doplňují. Několik výzkumníků se však pokusilo tuto souvislost nastínit.

Riding a Wigley (1997) ve svém výzkumu porovnávali kognitivní styly (s dimenzemi holistický-analytický a verbální-obrazový) s vybranými osobnostními faktory jedince (dle Eysencka). Zjistil, že neuroticismus je nejvyšší u jedinců holisticky-verbálních a nejnižší u jedinců analyticky-verbálních a holisticky-obrazových. Holisticky uvažující jedinci se vyznačovali vyšší mírou psychoticismu. Korelace mezi jednotlivými kognitivními styly a

osobnostními faktory nebyly významné, ukázalo se však, že kognitivní styl může v kombinaci s osobností ovlivnit chování.

Volkova a Rusalov (2016) zjistili, že extroverti dosahují vyšších hodnot v impulzivitě a závislosti na poli. Orientují se na signály, které jsou emočně podnětné a často jednají na základě systému pokus-omyl. Jedinci s vyšší hladinou neuroticismu (emoční nestabilitou a nižším sebehodnocením) jsou v kognitivní oblasti méně tolerantní k nerealistickým zkušenostem, což znamená, že informace posuzují hlavně podle toho, zda jsou obvyklé, a blokují jejich kontroverzní elementy.

Souvislost kognitivních stylů s osobnostními vlastnostmi můžeme nalézt také v některých klasických teoriích osobnosti. Například Jungova typologie (Jung, 1993) obsahuje mimo jiné také dvě protikladné ektpsychické funkce vnímání (S) a intuice (I), které se týkají zpracování informací, a můžeme je tedy snadno vztáhnout právě ke kognitivním stylům. Zatímco člověk s dominantní funkcí intuice vidí skutečnosti v širším kontextu a je schopen určité predikce na základě svých domněnek, člověk s dominantní funkcí vnímání se spoléhá především na své smysly a je schopen pojmut mnoho různých detailů. Zde můžeme spatřit jistou podobnost s holistickým (intuitivním) a analytickým (systematickým) kognitivním stylem.

4.2 Osobnost a ekonomické chování

Vliv osobnostních faktorů na ekonomické chování opět souvisí se skutečností, že jedinec není plně racionální „homo economicus“, jak to nazývají někteří ekonomové, ale spíše lidská nedokonalá bytost rozhodující se nepřesně, pocitově a někdy i chybně (z objektivního pohledu). K vysvětlení toho, proč lidské chování není z hlediska propočtů zcela smysluplné, můžeme použít nejen kognitivní psychologii, behaviorální ekonomii a podobné disciplíny, ale také psychologii osobnosti, která nám může do jisté míry pomoci pochopit, jakým směrem a proč se lidské chování a rozhodování v určitých situacích ubírá. Výzkumy zkoumající osobnost a ekonomické chování používají pro své účely především pětifaktorový model Big Five, v následujících odstavcích tedy bude použita související terminologie.

Souvislost mezi osobnostními vlastnostmi a ekonomickými preferencemi se manifestuje především prostřednictvím inteligence a neuroticismu. Inteligence hraje roli při oddálení zisků, jelikož má pozitivní vliv na trpělivost. Zajímavé je, že ostatní charakteristiky nevykazují náznaky toho, že by jakkoliv ovlivňovaly trpělivost jedince (Rustichini et al., 2011). Neuroticismus pak ovlivňuje přístup k riziku.

Právě vztah jedince k rizikům, tedy k tendenci vyhledávat riziko či se mu naopak vyhýbat, je silně moderován osobnostními charakteristikami (Soane & Chmiel, 2005). Předpokládá se, že extraverti budou více vyhledávat riziko, lidé s vyšší svědomitostí budou opatrnější díky své potřebě kontroly, řádu a disciplíny, a lidé s vyšším neuroticismem se budou riziku vyhýbat, aby zabránili případným negativním důsledkům (Fung & Durand, 2014). Jelikož ochota riskovat souvisí s averzí vůči ztrátám, projevuje se u neurotických jedinců silněji. Naopak otevřenost vůči zkušenostem je spojována s větší tendencí riskovat i přes hrozbu ztrát (Lauriola & Levin, 2001).

Také lidé skórující vysoko na škále vyhledávání mimořádných prožitků (Sensation seeking scale) obecně vnímají rizika jako nižší a nemají rizikové aktivity tolik spojené s úzkostí (Horvath & Zuckerman, 1993). Grinblatt a Keloharju (2009) rovněž našli pozitivní korelaci mezi vyhledáváním mimořádných prožitků a obchodní aktivitou.

Osobnostní vlastnosti jedince úzce souvisí s individuálním způsobem investic (Fung & Durand, 2014). Nyhus a Webley (2001) zjistili, že osobnost může do jisté míry predikovat způsob spoření a půjčování si finančních prostředků, a to následovně: Emoční stabilita a nižší autonomie souvisí s celkově vyššími úsporami. U emočně stabilních lidí navíc platí, že více přemýšlí o spoření. Naopak přívětivost a extraverze s úsporami koreluje negativně. Výše zadlužení pak souvisí s emoční nestabilitou, menším puntičkářstvím, větší přívětivostí a větší autonomií. Rizikové investice autoři spojují s vyšší mírou introverze, nižší mírou flexibility a nižší autonomií.

Mueller a Plug (2006) zkoumali, jak koreluje osobnostní vlastnosti dle Big Five s výší výdělků. Zjistili, že u mužů výše příjmů pozitivně koreluje s antagonismem (nízkou přívětivostí), emoční stabilitou (nízkým neuroticismem) a otevřeností vůči zkušenostem. U žen pak se svědomitostí a otevřeností vůči zkušenostem.

Na způsob rozhodování se má vliv i subjektivní vnímání času. Zimbardo (2014) definoval několik časových perspektiv, jejichž vzájemný poměr tvoří u jedinců jakýsi filtr, skrze který vnímají a posuzují věci kolem sebe. Člověk se pak rozhoduje na základě tohoto kognitivního zkreslení. Perspektivami jsou pozitivní minulost, negativní minulost, hedonistická přítomnost, fatalistická přítomnost a budoucnost. Vzhledem k výše zmíněným skutečnostem se dá předpokládat, že obzvlášť hedonistická přítomnost bude mít vliv na způsob mentálního účetnictví a ekonomické chování, jelikož ji Zimbardo charakterizuje jako orientaci na současné potěšení, bez konání obětí ve prospěch budoucího stavu. Navíc negativně koreluje se sebekontrolou. Jedinec s orientací na fatalistickou přítomnost také příliš nezohledňuje budoucí stav, protože má pocit neměnné předurčenosti osudu. Oproti

tomu orientace na budoucnost koreluje se svědomitostí a nižší ochotou riskovat. Martin & Davari (2018) však tvrdí, že v kombinaci s výší mentálního účtu současných prostředků a finančními znalostmi umožňuje orientace na budoucnost naopak vyšší toleranci rizika. Musíme tedy zohlednit, o kterém účtu jedinec v rámci dané časové perspektivy uvažuje.

Návrh výzkumného projektu

5. Úvod k výzkumnému projektu

V literárně přehledové části byl představen koncept mentálního účetnictví a jeho vliv na ekonomické rozhodování jedince. Zjistili jsme, že způsob mentálního účetnictví souvisí s kognitivním stylem, a to zejména kvůli rozdílné kategorizaci. Lidé se systematickým (analytickým) kognitivním stylem kategorizují více a jsou náchylnější k efektu štítkování (Nisbett et al., 2001). Jejich mentální účty tedy nejsou tak flexibilní, více se spoléhají na definice a přesná pravidla (Hossain, 2018). Oproti tomu intuitivně (holisticky) smýšlející jedinci se mezi jednotlivými mentálními účty přesouvají snadněji, jelikož mezi kategoriemi vidí silnější souvislosti a mohou je upravovat dle svých individuálních potřeb (Hossain, 2018).

Osobnostní vlastnosti zatím nebyly zkoumány v přímém vztahu k mentálnímu účetnictví. Vzhledem k jejich souvislosti s kognitivními styly lze však určitý vliv předpokládat. V rámci návrhu tohoto výzkumu nás zajímá především to, jak se liší kognitivní styl a osobnostní vlastnosti lidí, kteří jsou schopni na modelové situace odpovědět bez zkreslení způsobeného mentálním účetnictvím, tedy jeho vlivu do větší míry nepodléhají. V souladu se zvolenou metodou chápeme osobnostní vlastnosti jako dimenze individuálních odlišností v tendenci vykazování konzistentních vzorců myšlení, cítění a jednání (McCrae & Costa, 1990).

Cílem výzkumu je zjistit, jak mentální účetnictví souvisí s kognitivním stylem a osobnostními vlastnostmi jedince. Zároveň chceme replikovat klasické výzkumy mentálního účetnictví na české populaci, jelikož toto téma zatím bylo z psychologické perspektivy u nás spíše opomíjeno. Mentální účetnictví zjišťujeme pomocí dvou modelových situací, kde se jeho efekt projevuje (A. Tversky & D. Kahneman, 1981). První z nich předkládá nezaměnitelnost finančních zdrojů v rámci jednotlivých mentálních účtů, druhá pak tendenci podléhat klesající citlivosti v případě ekonomického rozhodování, která je dána rovněž zvažováním rozdílných mentálních účtů, a to v souvislosti s hédonickým rámováním (Thaler, 1999).

6. Metody

6.1 Výzkumný design

Nejprve bude provedena replikační studie demonstrující mentální účetnictví a s ním související efekt klesající citlivosti prostřednictvím klasických modelových situací Tverskyho a Kahnemana (1981). Tyto modelové situace byly přeloženy, ceny v nich uvedené odpovídají převodu měny dle ČNB pro červenec 2019, dále byla zohledněna inflace amerického dolaru od roku 1981 k aktuálnímu roku 2019.

Modelová situace 1

1A: Představte si následující situaci: Rozhodl/a jste se jít do divadla na představení, kde je vstupné 640 Kč za lístek. Při vstupu do divadla si všimnete, že jste ztratil/a hotovost v hodnotě 640 Kč. Zaplatil/a byste i tak 640 Kč za nový lístek?

1B: Představte si následující situaci: Rozhodl/a jste se jít do divadla na představení, za lístek jste zaplatil/a 640 Kč. Při vstupu do divadla si všimnete, že jste lístek ztratil/a. Sedadlo nebylo označené a lístek nemůžete obnovit. Zaplatil/a byste 640 Kč za nový lístek?

Modelová situace 2

2A: Představte si následující situaci: Chcete si koupit bundu za 8 000 Kč. Prodavač Vás upozorní, že stejnou bundu mají na jiné pobočce vzdálené 20 minut cesty ve slevě za 7 700 Kč. Vážil/a byste cestu do druhé prodejny?

2B: Představte si následující situaci: Chcete si koupit kalkulačku za 960 Kč. Prodavač Vás upozorní, že stejnou kalkulačku mají na jiné pobočce vzdálené 20 minut cesty ve slevě za 660 Kč. Vážil/a byste cestu do druhé prodejny?

V modelové situaci 1 se mentální účetnictví projeví při odpovědi „ano“ ve verzi 1A a odpovědi „ne“ ve verzi 1B. Lidé si spíše koupí lístek v případě ztráty hotovosti, protože jsou obě položky pocitově řazeny do jiného mentálního účtu a náklady jsou vnímány jako méně související.

V modelové situaci 2 se projeví klesající citlivost při odpovědi „ne“ ve verzi 2A a odpovědi „ano“ ve verzi 2B. Člověk pocituje rozdíl mezi vyššími částkami jako menší, zatímco u částek nižších je tomu naopak (ačkoliv v obou případech modelové situace ušetří stejně peněz za stejný čas).

Dále nás zajímá, jak s odpověďmi na tyto otázky souvisí kognitivní styl. V rámci výzkumu budou analyzovány také vlivy osobnostních faktorů.

Nezávislými proměnnými budou kognitivní styl a osobnostní vlastnosti jedince. Závislá proměnná je dichotomická, reprezentuje odpověď ano / ne při modelové situaci. V úvahu musíme brát také možné intervenující proměnné. Jednou z nejdůležitějších je výše příjmů, kterými proband disponuje. Dá se předpokládat, že čím nižší příjem proband má, tím opatrněji bude zacházet se svými financemi. V modelových situacích by mohl odpovídat převážně „ne“, a to nezávisle na verzi A či B. Podobný problém by mohl nastat u probandů s velmi vysokým příjmem, kde by byl efekt pravděpodobně opačný.

Podobně jako výše příjmu může výsledky zkreslovat místo bydliště, jelikož je proband ovlivněn cenami, na které je zvyklý. Další důležitou intervenující proměnnou je ekonomické vzdělání. To může mít na výsledky značný vliv, zvláště pokud je proband obeznámen s prospektovou teorií a problematikou mentálního účetnictví.

Všechny tyto uvedené intervenující proměnné budou kontrolované prostřednictvím otázek v první části výzkumu (viz průběh realizace). U výše příjmu stojí za zvážení, zda při výzkumu eliminovat extrémní hodnoty (například horní a dolní decil). Ideálně by takové rozhodnutí bylo podloženo daty získanými z pilotní studie, která by samotnému experimentu předcházela. V rámci tohoto návrhu výzkumu však zřejmě není nutné pilotní studii, ze které by vzešly další intervenující proměnné, podrobněji rozpracovávat.

6.2 Nástroje

Inventář kognitivních stylů

Inventář kognitivních stylů od L. P. Martin (1998) byl vybrán pro svou srozumitelnost, nenáročnou administraci a zohlednění skutečnosti, že lidé mohou disponovat jak analytičtější, tak i intuitivnějším smýšlením zároveň (integrovaný styl) nebo také podléhat spíše okolnostem než vlastnímu stylu. Tento multidimenzionální model reflektuje široké spektrum kognitivních stylů, a přitom zachovává oba protipóly, které se v odpovídající literatuře nejčastěji definují. Tím se přesněji vymezí obě skupiny respondentů se systematickým nebo intuitivním kognitivním stylem, které nás v rámci tohoto návrhu výzkumu nejvíce zajímají. Nevýhodou tohoto inventáře je neexistující česká standardizace. V případě realizace tohoto návrhu by tedy bylo nutné inventář nejprve standardizovat pro českou populaci, což se prozatím vzhledem k účelům této bakalářské práce jeví jako neproblematické.

NEO pětifaktorový osobnostní inventář

Pro účely zjišťování osobnostních vlastností byl zvolen inventář Big Five, a to konkrétně jeho česká standardizovaná verze NEO FFI (Hřebíčková & Urbánek, 2001), vycházející ze stejnojmenné verze pocházející z USA (McCrae & Costa, 2004). Ačkoliv je Big Five odbornou veřejností často kritizován, považujeme ho za vhodný zejména kvůli jeho častému používání ve výzkumech tohoto typu. Jak ukázala poslední kapitola literárně přehledové části, existuje již více dat, která zobrazují souvislost ekonomického chování s osobnostními rysy právě podle tohoto pětifaktorového modelu. Výsledky tedy můžeme porovnávat s ostatními studiemi, což se jeví jako velmi přínosné. Jelikož je Big Five často používán v mezinárodním měřítku, mohla by se tato studie stát odrazovým můstkem pro další výzkumy týkající se této problematiky.

6.3 Hypotézy

Vzhledem k nižší flexibilitě mentálních účtů u jedinců se systematickým kognitivním stylem lze předpokládat, že při modelových situacích budou oproti jedincům s intuitivním stylem náchylnější ke kladným odpovědím v případech, kdy se demonstruje právě mentální účetnictví (1A) a klesající citlivost (2B). U lidí s integrovaným, nediferencovaným a rozpolceným kognitivním stylem by se tento efekt neměl projevit. Zajímají nás také ti probandi, kteří odpoví v nesouladu s již uvedenými hypotézami. Předpokládáme, že tato odlišnost bude souviset zejména s osobnostními faktory.

H1: Mezi skupinou odpovídající na modelovou situaci 1A a skupinou odpovídající na modelovou situaci 1B existuje statisticky významný rozdíl v ochotě koupit si nový lístek.

H2: Mezi skupinou odpovídající na modelovou situaci 2A a skupinou odpovídající na modelovou situaci 2B existuje statisticky významný rozdíl v ochotě jet do jiné prodejny.

H3: Skupina jedinců s převažujícím systematickým kognitivním stylem vykazuje statisticky významný rozdíl v četnosti kladných odpovědí ve prospěch modelové situace 1A oproti skupině jedinců s intuitivním kognitivním stylem.

H4: Skupina jedinců s převažujícím systematickým kognitivním stylem vykazuje statisticky významný rozdíl v četnosti kladných odpovědí ve prospěch modelové situace 2B oproti skupině jedinců s intuitivním kognitivním stylem.

H5: Osobnostní vlastnosti v kombinaci s kognitivními styly predikují, zda jedinec na modelovou situaci 1 odpoví v souladu s konceptem mentálního účetnictví.

H6: Osobnostní vlastnosti v kombinaci s kognitivními styly predikují, zda jedinec na modelovou situaci 2 odpoví v souladu s předpokládaným vlivem klesající citlivosti.

6.4 Výzkumný soubor

Výzkumný soubor bude tvořit zdravá dospělá populace. Probandi budou vybíráni na základě kritériálního výběru. Hledat se budou ekonomicky aktivní jedinci s vlastní domácností, z výzkumu budou vyřazeni jedinci ze sociálně slabších rodin, kde by hrozilo zkreslení vzhledem k poměrně vysokým cenám uvedeným v modelových situacích. Kontrolovanou proměnou pak bude ze stejného důvodu výše příjmu probandů a ekonomické vzdělání (viz výzkumný design).

Skupiny probandů se dělí v závislosti na jejich převažujícím kognitivním stylu (systematický, intuitivní, integrovaný, rozpolcený, nediferencovaný). Ve skupinách systematického a intuitivního kognitivního stylu (které nás nejvíce zajímají) by mělo být alespoň 200 respondentů, aby zůstala zachována velikost vzorku původní studie (Tversky & Kahneman, 1981). Celkový počet respondentů by byl tedy vypočítán na základě procentuálního rozložení kognitivních stylů v české populaci, které by bylo zjištěno díky realizované české standardizaci Inventáře kognitivních stylů (Martin, 1998).

Probandi budou vybíráni na základě kritérií tak, aby jejich charakteristiky odpovídaly demografickým údajům populace dle ČSÚ. Jako nejvhodnější způsob jejich získávání se jeví metoda sněhové koule, aby se vzhledem ke zjišťování osobnostních charakteristik zamezilo sebevýběru. Tato metoda předpokládá zapojení výzkumných asistentů, kteří dostanou za úkol sehnat určitý počet probandů dle již zmíněných kritérií.

6.5 Průběh realizace

Experiment bude probíhat v jedné laboratoři, účastníci budou mít zajištěné stejné podmínky. Sběr dat proběhne online formou v několika vlnách v závislosti na kapacitě dané laboratoře. Probandi budou informováni o tom, že nás zajímá jejich subjektivní rozhodnutí a neexistuje tedy žádné správné nebo špatné. Před začátkem budou seznámeni s technickými aspekty studie a se způsobem vyplňování v online prostředí. Cíl studie jim bude představen až po skončení celého výzkumu, a to prostřednictvím debriefingu, případně informačního emailu. Z etických důvodů budou mít samozřejmě nárok na zaslání finální studie.

Probandi nejprve vyplní krátký dotazník zjišťující demografické údaje a další data související s možnými intervenujícími proměnnými (pohlaví, věk, velikost bydliště, vzdělání, velikost domácnosti, hrubý měsíční příjem domácnosti a hrubý měsíční příjem jedince). Následně vyplní dotazník kognitivních stylů. Na základě výsledku jim počítač náhodně přiřadí typ modelové situace tak, aby byla každá z modelových situací představena přibližně stejnému množství lidí se systematickým (intuitivním) kognitivním stylem. Nakonec vyplní osobnostní inventář.

V závěru studie budou mít probandi možnost vyjádřit své připomínky k realizaci. Zároveň budou dotazováni, zda všemu porozuměli, případně zda vědí o něčem, co by mohlo jejich výsledky v experimentu zkreslit. Tyto informace budou individuálně zpracovány, je možné, že v případě opakujících se připomínek mohou na povrch vyplynout další intervenující proměnné, které bude třeba dále ošetřit nebo zahrnout do diskuse.

7. Analýza dat

Nejprve budou analyzovány základní demografické údaje, aby se zkontrolovalo, zda náhodně vygenerované skupiny probandů nejsou z hlediska těchto údajů příliš homogenní. K tomuto účelu použijeme chí kvadrát nezávislosti (Hendl, 2009). Ke zjištění shodnosti rozptylů věku a měsíčních příjmů aplikujeme jednocestnou ANOVU (Hendl, 2009).

V rámci hypotéz H1 a H2 budeme porovnávat naše výsledky s výsledky původní studie Tverskyho a Kahnemana (1981). K tomuto účelu nám postačí chí kvadrát.

Hypotézy H3 a H4 předpokládají souvislost kognitivního stylu s mentálním účetnictvím a klesající citlivostí. Ke zjištění toho, zda má preferovaný typ kognitivního stylu vliv na odpověď probanda při modelové situaci, využijeme rovněž chí kvadrát, neboť nám poskytuje snadné porovnání jednotlivých typů kognitivních stylů. Jelikož však na tuto problematiku můžeme pohlížet nejen typově, ale také rysově (tedy zkoumat, jak odpověď probanda ovlivňuje preferovaná míra určitého kognitivního stylu), použijeme také dvouvýběrový t-test, přičemž budeme posuzovat skóre dosažené na systematické škále společně se skórem dosaženým na intuitivní škále Inventáře kognitivních stylů (L. P. Martin, 1999). Kombinace typového a rysového přístupu nám umožní nahlédnout více do hloubky a pojmut toto téma komplexněji.

Hypotézy H5 a H6 jsou založené na předpokladu, že kognitivní styl společně s osobnostními vlastnostmi dokáže do jisté míry predikovat, zda se jedinec zachová v souladu s teorií mentálního účetnictví a klesající citlivosti nebo nikoliv. Budeme tedy

pracovat s kombinací výše zmíněných charakteristik probanda a s jeho odpověďmi na modelové situace, které jsou kódovány dichotomicky. Nejvhodnější metodou pro tento účel se jeví binární logistická regrese (Pecáková, 2007). Po vytvoření logistického regresního modelu odhadneme senzitivitu a specifitu daného klasifikačního procesu pomocí klasifikační tabulky.

Testování všech hypotéz bude prováděno na hladině významnosti $p=0,05$.

8. Diskuse

Téma mentálního účetnictví není v psychologii příliš probádané, prozatím se na něj soustředí spíše ekonomové, kteří ho staví do přímého protikladu ke klasické ekonomické teorii maximalizace užitku. Jelikož nám však umožňuje nahlédnout do způsobu uvažování jedinců o svém finančním zabezpečení (což můžeme považovat za jednu ze základních potřeb), zcela jistě do psychologie patří. Člověk je spíše iracionální bytostí, která se rozhoduje na základě svých subjektivních zkušeností a pocitů. Snaha pochopit rozhodovací mechanismy je velmi ambiciózní, a to zejména díky nespočetnému množství heterogenních vlivů, které na ně působí. Ačkoliv můžeme některé koncepty zobecnit na širokou populaci, stále hrají velkou roli individuální dispozice, které kvantitativně nelze tak dobře postihnout. Proto by bylo zapotřebí téma mentálního účetnictví a celkově rozhodování se pomocí heuristik zkoumat také kvalitativně; tak by mohly vyvstat na povrch některé další výzkumné otázky, které doposud nebyly postihnuty.

Kognitivní styly jsou oproti tomu probádaný mnohem více. Mnoho výzkumů však využívá při porovnávání jednotlivých kognitivních stylů přirozené rozdíly ve způsobu uvažování, které se vyskytují napříč kulturami. Porovnávají především západní, americkou civilizaci s východní, asijskou. Odlišnost ve vnímání a rozhodování tedy může být způsobena i jinými faktory, než jsou kognitivní styly. Nicméně, například ve výzkumu Monga a Johna (2007) s těmito dalšími intervenujícími proměnnými počítali a ošetřili je prostřednictvím primingu: Pokud příslušníkům západní civilizace, kteří obvykle uvažují více analyticky, asociovali před samotným experimentem holistický způsob myšlení, vykazovali podobné myšlenkové operace jako příslušníci východní civilizace, kteří k holistickému myšlení přirozeně inklinují a naopak.

Problematika odlišného kulturního prostředí se našeho experimentu příliš netýká, jelikož počítá pouze s českým vzorkem probandů. Je však zajímavé zamyslet se nad tím, jaký vliv má na kognitivní styl jedince jeho rodinné prostředí, které podobně jako národní

kultura vykazuje některé velmi specifické sdílené znaky. Podobně může rodina a bezprostřední okolí jedince formovat způsob nakládání s finančními zdroji, a tedy i způsob jeho mentálního účetnictví. Tato témata by stála za prozkoumání v budoucích psychologických výzkumech.

Celkový způsob nakládání s finančními zdroji (šetření vs. utrácení, investování, zaměření pozornosti na materiální vs. nemateriální investice, sdílení financí a mnoho dalších témat) je jednou z masivních intervenujících proměnných, která může výsledky návrhu výzkumu zkreslovat. Při jeho realizaci by bylo zapotřebí tyto faktory blíže prozkoumat a přesně definovat.

Úskalí můžeme spatřovat také ve vybraných metodách, kterými zjišťujeme kognitivní styl a osobnostní vlastnosti. Jelikož jsou založeny na sebeposouzení, musíme je brát s jistou rezervou. U inventáře kognitivních stylů je navíc poměrně snadno zjistitelné, k čemu slouží. Jelikož byl dříve analytický (systematický) kognitivní styl považován za „správný“ a hodnotnější, ve společnosti stále může panovat tento názor a jedinci mohou odpovídat tak, aby získali „lepší“ výsledek, případně to může mít i efekt opačný. Tomu snad do jisté míry zabrání ujištění probandů, že neexistují žádné špatné ani správné odpovědi. K přesnějšímu zjištění těchto charakteristik jedince bychom potřebovali komplexnější a složitější metody, které by však byly náročnější z hlediska času i administrace. Vhodným řešením tohoto problému se jeví metaanalýza realizovaná v době, kdy bude studií podobného typu více.

Ještě je třeba se zmínit o rozdílu mezi hédonickým a utilizačním zbožím, který je podrobněji řešen v literárně přehledové části. V modelové situaci 1 (lístek do divadla) je prezentováno hédonické zboží, v situaci 2 (bunda a kalkulačka) pak převážně utilizační. Jelikož se ukazuje, že efekt mentálního účetnictví se u obou druhů zboží liší (M. Hossain, 2018), bylo by zajímavé do výzkumu zahrnout také opačné případy; tedy v případě zjišťování efektu mentálního účetnictví zboží utilizační a v případě zjišťování efektu klesající citlivosti zboží hédonické.

V neposlední řadě je zde otázka, zda modelové situace dostatečně reflektují skutečné tržní chování jedinců. Finanční náklady v nich předkládané jsou fiktivní a probandi o ně reálně nepřijdou ani reálně nezískají žádný zážitek / zboží. Při experimentu v reálném prostředí bychom však museli analyzovat o mnoho více intervenujících proměnných. Vhodná by možná byla kombinace obou typů experimentu, což se prozatím jeví jako příliš komplikované.

Závěr

Bakalářská práce zkoumala problematiku mentálního účetnictví z psychologické perspektivy. Nastínilo se, jakým způsobem může mentální účetnictví souviset s kognitivními styly a osobnostními vlastnostmi. Skutečnost, že se lidé nerozhodují na základě klasické ekonomické teorie a nedokážou v okamžiku zvážit všechny zisky a ztráty (ať už hmotné či nehmotné) tak, aby bylo jejich rozhodnutí podloženo co nejlépe propočítanými důkazy, je již dobře známa. Ačkoliv je lidská mysl v kognitivní psychologii často přirovnávána k počítači, člověk má ke strojovým úsudkům velmi daleko. Nelze však tvrdit, že se všichni rozhodují iracionálně. Stejně jako ve všech psychologických tématech, také zde se předpokládá vysoká individuálnost a subjektivita. Zatímco někdo kategorizuje své finance s vysokou důsledností a bere v úvahu všemožné proměnné, jiný se svými zdroji nakládá svobodněji a peníze bere za zaměnitelnou komoditu, která slouží (například) více momentálním potřebám než dlouhodobým cílům.

Na otázku, proč tomu tak je, se snažíme odpovědět právě prostřednictvím kognitivních stylů. Jelikož kognitivní styl reflektuje především způsob práce s informacemi a má přímou vazbu na rozhodovací proces, zcela jistě ovlivňuje také způsob uvažování o financích a možnostech jejich využití.

Téma by však nebylo úplné, pokud bychom nevzali v potaz také osobnostní vlastnosti. Ty nám pomáhají ještě lépe odůvodnit velké rozdíly mezi lidmi, které se v našem případě projeví hlavně v podobě ekonomického rozhodování.

V empirické části práce byl navržen experiment, jehož cílem bylo celou tuto problematiku postihnout a nabídnout ucelenou metodu, jakou by se daly vztahy kognitivních stylů, osobnostních vlastností a mentálního účetnictví zjišťovat. Úskalí tohoto experimentu byla popsána v diskusní části. Jelikož se téma ještě moc vědecky nezkoumalo, mohou při podobných výzkumech nastat zcela nové komplikace, které povedou k dalším výzkumným otázkám a ve výsledku napomohou hlubšímu porozumění.

Mentální účetnictví je multioborovým tématem, které má přesah do řady aplikovaných disciplín. Poznatky z něj vyplývající se mohou využívat v dílčích psychologických a ekonomických disciplínách, ale také i v marketingu, managementu (například při plánování zaměstnaneckých bonusů) a v dalších aplikovaných oborech, které úzce ovlivňují každodenní život člověka.

Seznam použité literatury

- Agor, W. H. (1984). *Intuitive management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Agor, W. H. (Ed.). (1989). *Intuition in organization*. Newbury Park, CA: Sage.
- Allport, G. W. (1937). *Personality: A Psychological Interpretation*. New York: Holt & Co.
- American Psychological Association. (2010). *Publication manual of the American Psychological Association* (6th ed.). Washington, DC: American Psychological Association.
- Antonides, G., & Ranyard, R. (2017). Mental accounting and economic behavior. In R. Ranyard (Ed.), *Economic psychology* (pp. 123–138). New York: Wiley.
- Arkes, H. & Blumer, C. (1985). The psychology of sunk cost. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 35 (1), 124-140.
- Arkes, R., Joyner, C.A., Pezzo, M.V., Nash, J.G., Siegel-Jacobs, K. & Stone, E. (1994). The Psychology of Windfall Gains. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 59 (8), 331-47.
- Armstrong, S. J., & Cools, E. (2009). Cognitive styles and their relevance for business and management: A review of development over the past two decades. In Zhang, L. & Sternberg, R. (Ed.), *Perspectives on the nature of intellectual styles* (pp. 253–290). New York, NY: Springer.
- Armstrong, S. J., Cools, E., & Sadler-Smith, E. (2012). Role of cognitive styles in business and management: Reviewing 40 years of research. *International Journal of Management Reviews*, 14, 238–262.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., & Kickul, J. R. (2007). The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 86–104.
- Barsalou, L. (1982). Context-independent and context-dependent information in concepts. *Memory & Cognition*, 10 (82).
- Behling, O., Gifford, W. E. & Tolliver, J. M. (1980). Effects of grouping information on decision making under risk. *Decision Sciences*, 11, 272-283.
- Brichcín, M. (1999). *Vůle a sebekontrola*. Praha: Karolinum.
- Das, J. P. (1988). Implications for School Learning, in: R. R. SCHMECK (Ed.) *Learning Strategies and Learning Styles*, New York: Plenum Press.
- DellaVigna, S. & Malmendier, U. (2006). Paying Not to Go to the Gym. *American Economic Review*, 96 (3), 694-719.
- Entwistle, N. (1981). *Styles of Learning and Teaching*. Chichester: Wiley.

Federman, K. (1964). Methodological and theoretical problems in “new look” perception. *Senior scholar papers Colby College*, 83.

Fung, L., & Durand, R. B. (2014). Personality traits. In Baker, H. & Ricciardi V. (Eds.), *Investor behavior: The psychology of financial planning and investing* (pp. 99–155). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Gou, Y., Jiang, Y., Rui, L., Miao, D., & Peng, J. (2013). The nonfungibility of mental accounting: A revision. *Social Behavior and Personality: an international journal*. 41 (4), 625-633.

Gourville, J. & Soman, D. (1998). Payment depreciation: the effects of temporally separating payments from Consumption. *Journal of Consumer Research*. 25 (2), 160-174.

Gregorc, A. F. (1982). *The Gregorc Style Delineator: Internal Consistency and its Relationship to Kirton's Adaptive-Innovative Distinction*. Maynard, MA: Gabriel Systems.

Grinblatt, M. & Keloharju, M. (2009). Sensation Seeking, Overconfidence and Trading Activity. *Journal of Finance*, 64 (2), 549–578.

Hayes, J. & Allinson, Ch. (1994). Cognitive Style and its Relevance for Management Practice. *British Journal of Management*, 5 (1), 53–71.

Heath, C., & Soll, J. (1996). Mental budgeting and consumer decision. *Journal of Consumer Research*, 23 (1), 40-52.

Heath, T., Chatterjee, S. & France, K. (1995). Mental accounting and changes in price: the frame dependence of reference dependence. *The Journal of Consumer Research*, 22 (1), 90-97.

Helion, Ch. & Thomas Gilovich, T. (2014). Gift Cards and Mental Accounting: Green-lighting Hedonic Spending. *Journal of Behavior Decision Making*, 27, 386-93.

Henderson, P. & Peterson, R. (1992). Mental Accounting and Categorization. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 51 (1), 92-117.

Hendle, J. (2009). *Přehled statistických metod*. Praha: Portál.

Hogarth, R. (1987). *Judgment and Choice: The Psychology of Decision* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Hoch, S. & Loewenstein, G. (1991). Time-inconsistent Preferences and Consumer Self-Control, *Journal of Consumer Research*. 17 (4), 492–507.

Horvath, P. & Marvin Zuckerman, M. (1993). Sensation Seeking, Risk Appraisal, and Risky Behavior. *Personality and Individual Difference*, 14 (1), 41–52.

Hossain, M. T. (2018). How Cognitive Style Influences the Mental Accounting System: Role of Analytic versus Holistic Thinking. *Journal of Consumer Research*. 45 (3), 615-632.

Hunt, E., Davidson J. & Lansman, M. (1981). Individual differences in long-term memory access. *Memory and Cognition*. 9, 599-608.

- Hřebíčková, M. & Urbánek, T. (2001). *NEO pětifaktorový osobnostní inventář*. Praha: Testcentrum.
- Choi, I., Nisbett, R. & Norenzayan, A. (1999). Causal Attribution across Cultures: Variation and Universality. *Psychological Bulletin*, 125 (1), 47–63.
- Ji, L., Peng K., & Nisbett, R. (2000). Culture, Control and Perception of Relationships in the Environment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78 (5), 943–55.
- Jung, C. G. (1993). *Analytická psychologie: Její teorie a praxe*. Praha: Academia.
- Kagan, J. & Moss, H. A. (1963). Psychological Significance of Styles of Conceptualization. *Basic Cognitive Processes in Children. Monograph of Society for Research in Child Development*, 28, 73-112.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-291.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1984.) Choices, values, and frames. *The American Psychologist*, 39, 341-350.
- Karlsson, N., Garling, T., & Selart, M. (1997). Effects of Mental Accounting on Intertemporal Choice. *Göteborg Psychological Research*, 27 (5).
- Khan, U., Dhar, R. & Wertenbroch, K. (2005). A Behavioral Decision Theory Perspective on Hedonic and Utilitarian Choice. In Ratneshwar, S. & Mick, D. G. (Ed.), *Inside Consumption: Frontiers of Research on Consumer Motives, Goals, and Desires*. London: Routledge, 144–65.
- Kogan, N. (1980). Cognitive Styles and Reading Performance. *Bulletin of the Orton Society*. 30 (1), 63–78.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as a source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kooreman, P. (1997). *The labeling effect of a child benefit system*. Unpublished working paper, University of Groningen.
- Kozhevnikov, M., Evans, C., & Kosslyn, S. M. (2014). Cognitive Style as Environmentally Sensitive Individual Differences in Cognition: A Modern Synthesis and Applications in Education, Business, and Management. *Psychological Science in the Public Interest*, 15 (1), 3–33.
- Kronrod, A., Grinstein A., & Wathieu, L. (2012). Enjoy! Hedonic Consumption and Compliance with Assertive Messages. *Journal of Consumer Research*, 39 (1), 51-61.
- Krueger, N. F., & Kickul, J. (2006). *So You Thought the Intentions Model Was Simple? Navigating the Complexities and Interactions of Cognitive Style, Culture, Gender, Social Norms, and Intensity on the Pathway to Entrepreneurship*. In Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., & Kickul, J. R. (2007). The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 86–104.

- Lalwani, A. K., & Shavitt S. (2013). You Get What You Pay For? Self-Construal Influences Price-Quality Judgments. *Journal of Consumer Research*, 40 (2), 255–67.
- Lauriola, M., & Levin, I. P. (2001). Personality Traits and Risky Decision-Making in a Controlled Experimental Task: An Exploratory Study. *Personality and Individual Differences*, 31 (2), 215–226.
- Leybourne, S., & Sadler-Smith, E. (2006). The role of intuition and improvisation in project management. *International Journal of Project Management*, 24, 483–492.
- Martin, L. P. (1998). The Cognitive Style Inventory. *The Pfeiffer Library*, 8.
- Martin, W. C. & Davari, A. (2018). Examining financial risk tolerance via mental accounting and the behavioral life-cycle hypothesis. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22 (4).
- Martin, W. C. & Davari, A. (2018). Examining financial risk tolerance via mental accounting and the behavioral life-cycle hypothesis. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22 (4).
- Masuda, T., Nisbett, R. (2001). Attending Holistically Versus Analytically: Comparing the Context Sensitivity of Japanese and Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91 (5), 922–934.
- Messick, S et al. (1976). *Individuality in Learning*. San Francisco: Jossey Bass.
- McCrae, R. & Costa, P. (1990). *Personality in adulthood*. New York: The Guilford Press.
- McCrae, R. & Costa, P. (2004). A contemplated revision of the NEO Five-Factor Inventory. *Personality and Individual Differences*. 36 (3), 587-596.
- Messick, S. (1976). Personality consistencies in cognition and creativity. In Messick, S. (Ed.), *Individuality in learning* (pp. 4–23). San Francisco: Jossey-Bass.
- Miller, A. (1987). Cognitive styles: An integrated model. *Journal of Educational Psychology*. 7, 251–268.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (2), 93-104.
- Monga, A. B. & John, D.R. (2007). Cultural Differences in Brand Extension Evaluation: The Influence of Analytic versus Holistic Thinking. *Journal of Consumer Research*, 33 (4), 529–36.
- Mueller, G., & Plug, E. (2006). Estimating the Effect of Personality on Male and Female Earnings. *ILR Review*, 60 (1), 3–22.
- Nyhus, E. K. & Webley, P. (2001). The role of personality in household saving and borrowing behaviour. *European Journal of Personality*. 15 (1).
- Nisbett, R. E., Peng, K., Choi, I. & Norenzayan A. (2001), Culture and Systems of Thought: Holistic versus Analytic Cognition. *Psychological Review*, 108, 291–310.

- Norenzayan, A., Smith, E.E., Kim, B.J. & Nisbett, R. (2002). Cultural Preferences for Formal versus Intuitive Reasoning. *Cognitive Science*, 26 (5). 653–84.
- O'Curry, S. (1997). *Income source effects*. Unpublished working paper, DePaul University.
- Pecáková, I. (2007). Logistická regrese s vícekategoriální vysvětlovanou proměnnou. *Acta Oeconomica Pragensia*. 86-96.
- Peterson, R., Hoyer, W. D., & Wilson, W. R. (1986). The role of affect in consumer behavior. Lexington, MA: *Lexington Books*. 141-159.
- Prelec, D. & Loewenstein, G. (1998). The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt. *Marketing Science*, 17 (1), 4–28.
- Rajagopal, P., & Rha, J. (2009). The mental accounting of time. *Journal of Economic Psychology*, 30, 772-781.
- Riding R. & Cheema, I. (1991). Cognitive Styles: an overview and integration. *Educational Psychology*, 11 (3-4), 193-215.
- Riding, R., & Wigley, S. (1997). The relationship between cognitive style and personality in further education students. *Personal individual differences*. 23 (3), 379-389.
- Robertson, I. T. (1985). Human information-processing strategies and style. *Behaviour & Information Technology*, 4 (1), 19–29.
- Rosch, E., Mervis, C., Gray, Johnson, W., & Boyes-Braem, P. (1976). Basic objects in natural categories. *Cognitive Psychology*. 8 (3). 281-439.
- Rustichini, A., DeYoung, C. G., Anderson, J. E., & Burks, S. V. (2016). Toward the integration of personality theory and decision theory in explaining economic behavior: An experimental investigation. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 64, 122–137.
- Shefrin, H. & Thaler, R. (1988). The Behavioral Life Cycle Hypothesis. *Economic Inquiry*, 26 (4), 609–643.
- Simon, H. (1957). *Models of man*. Wiley, New York.
- Soane, E, & Chmiel, N. (2005). Are Risk Preferences Consistent? The Influence of Decision Domain and Personality. *Personality and Individual Differences*, 38 (8), 1781–1791.
- Sternberg, R. J. (2010). *Thinking styles*. New York: Cambridge University Press.
- Streufert, S., & Nogami, G. Y. (1989). Cognitive style and complexity: Implications for I/O psychology. In C. L. Cooper & I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology 1989* (pp. 93-143). Oxford, England: John Wiley & Sons.
- Thaler, R. & Shefrin, H. (1981). An economic theory of self-control“. *Journal of Political Economy*, 39, 392-406.

- Thaler, R. (1980). Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1 (1), 39–60.
- Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4 (3), 199-214.
- Thaler, R. (1990). Anomalies: Saving, fungibility, and mental accounts. *Journal of Economic Perspectives*, 4, 193-205.
- Thaler, R. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12 (3), 183-206.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the rationality of choice. *Science*, 211, 453-458.
- Vinitzky, G., Mazursky, D. (2011). The effects of cognitive thinking style and ambient scent on online consumer approach behavior, experience approach behavior, and search motivation. *Psychology and Marketing*, 28 (5), 496 – 519
- Volkova, E. V. & Rusalov, V. M. (2016). Cognitive styles and personality. *Personality and Individual Differences*, 99, 266-277.
- Witkin, H. A., Moore, C. A., Goodenough, D. R., & Cox, P.W. (1977). Field dependent and field independent cognitive styles and their educational implications. *Review of Educational Research*, 47, 1–64.
- Zimbardo, P. G. & Boyd, J. N. (2014). Putting Time in Perspective: A Valid, Reliable, Individual-Differences Metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77 (6), 1271-1288.